

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ - TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MANAGEMENTU

Vyhotovení podnikatelského plánu pro účel založení fitness centra

Creation of a Business Plan for the Establishment of a Fitness Center

Student: Jakub Dvorský

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Zelinková Kateřina

Ostrava 2016

Zadání bakalářské práce

Student: **Jakub Dvorský**

Studijní program: B6208 Ekonomika a management

Studijní obor: 6208R037 Management

Téma: **Vyhotovení podnikatelského plánu pro účel založení fitness centra**
Creation of a Business Plan for the Establishment of a Fitness Center

Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
2. Teoretická východiska pro zpracování podnikatelského plánu
3. Představení společnosti
4. Vyhotovení podnikatelského plánu fitness centra
5. Závěr

Seznam použité literatury

Seznam zkratk

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

SRPOVÁ, Jitka et al. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-4103-1.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 6. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2015. ISBN 978-80-7400-274-8.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktual. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. ISBN 978-80-247-4520-6.


Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Kateřina Zelinková**

Datum zadání: 20.11.2015

Datum odevzdání: 06.05.2016




doc. Ing. Petra Horváthová, Ph.D.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracoval samostatně.

V Ostravě dne 27. 4. 2016

.....
Jakub Dvorský

Obsah

1. Úvod.....	5
2. Teoretická východiska pro zpracování podnikatelského plánu	6
2.1. Podnikání	6
2.2. Podnikatelský plán	9
2.3. Plánovací proces	13
2.4. Analýza trhu.....	14
2.4.1. PEST analýza	14
2.4.2. Porterův model	14
2.4.3. Oblast marketingu	16
2.5. Finanční plánování.....	18
2.5.1. Finanční analýza.....	18
2.5.2. Ukazatele rentability	21
2.5.3. Likvidita	22
2.5.4. Zadluženost	23
2.6. SWOT analýza.....	24
3. Představení společnosti	27
4. Vyhotovení podnikatelského plánu fitness centra	29
4.1. PEST analýza	29
4.2. Porterův model.....	31
4.2.1. Dodavatelé.....	32
4.3. Marketingová oblast.....	34
4.4. Finanční plán fitness centra	37
4.5. Finanční plán budoucích období	40
4.6. Finanční analýza fitness centra	44
4.7. SWOT analýza	46
5. Závěr	48

Seznam použité literatury	49
---------------------------------	----

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Seznam příloh

1. Úvod

Podnikání v dnešních podmínkách umožňuje podnikateli dosáhnout vysokého ohodnocení na základě vlastního úsilí společně s časovou flexibilitou a být svým vlastním vedoucím. Podnikání však nemá jen kladné stránky ale i záporné těmi jsou zvýšení finančního rizika, odpovědnosti a psychického nátlaku. Za účelem snížení záporných stránek podnikání a získání přehledu nad budoucím vývojem podniku sestavujeme podnikatelský plán, ve kterém jsou zachyceny dokumenty, analýzy a kroky vedoucí k rozhodnutí o založení podniku. Podnikatelský plán lze tedy považovat za mapu vývoje podniku a směr, kterým se chceme vydat. Díky kvalitnímu podnikatelskému plánu, můžeme minimalizovat podnikatelské riziko, které každý podnikatelský záměr provází. Společně se zhodnocením reálných možností pomocí analýz projektu, vyvození závěru a doporučení.

Cílem předložené bakalářské práce je vyhotovení podnikatelského plánu za účelem založení fitness centra dle zákonů stanovených Českou republikou.

Tato bakalářská práce se skládá z teoretické a praktické části. Teoretická část se zaměřuje na tvorbu podnikatelského plánu dle teoretických poznatků čerpaných z odborné literatury a elektronických zdrojů. Nejprve jsou uváděny definice a struktura podnikatelského plánu, dále jsou rozepsány a vysvětleny jednotlivé součásti podnikatelského plánu.

Praktická část začíná představením fitness centra, umístění, formy podnikání, předmětu podnikání a základního kapitálu. Dalším obsahem je zpracování podnikatelského plánu obsahující PEST analýzu makrookolí, Porterův model, marketing podniku, finanční plány a analýzy. Závěrečnou částí je SWOT analýza s výčtem silných a slabých stránek podniku. Z této analýzy je poté odvozena doporučená strategie, kterou by měl podnik preferovat.

2. Teoretická východiska pro zpracování podnikatelského plánu

Teoretická východiska obsahují definici podnikání a jeho součástí, které jsou spojeny s podnikáním fyzické osoby na základě živnostenského oprávnění. Dále jsou zachyceny specifikace podnikatelského plánu, struktura, obsah, tvorba podnikatelského plánu a využití. Obsahem je také plánovací proces, který je bezpochyby důležitou součástí tvorby podnikatelského plánu. Dalším obsahem je analýza trhu, finanční plánování a SWOT analýza.

2.1. Podnikání

Podnikání lze interpretovat v závislosti na pojetí. Pojetí může být ekonomické, právní, sociologické nebo psychologické. V ekonomickém pojetí jde především o výdělek tedy zhodnocení vložených zdrojů. Z právního pohledu se jedná o definici podnikání dle zákonů. Z pohledu sociologického se na podnikání nahlíží ze strany tvorby blahobytu pro všechny zainteresované společně s hledáním cesty k co nejdokonalejšímu využití zdrojů. A v neposlední řadě z psychologického hlediska jde o činnost, která je motivována potřebou něco získat, něčeho dosáhnout, nebo potřebou splnit si sen. V podstatě se jedná o prostředek dosažení seberealizace.

Z právního pohledu tedy podnikání lze definovat dle zákona o obchodních korporacích nebo zákona o živnostenském podnikání. Pro usnadnění a správné pochopení definic je vhodné vysvětlení následujících pojmů obsažených v definicích:

- soustavnost znázorňuje fakt, že činnost musí být prováděna opakovaně a pravidelně,
- samostatnost vyjadřuje způsob jednání ve jménu společnosti, pokud je podnikatelem fyzická osoba jedná osobně, v případě právnické osoby jedná prostřednictvím svého statutárního orgánu,
- vlastním jménem se rozumí jméno, pod jakým se vedou jednání týkající se společnosti, pokud je podnikatelem fyzická osoba, pak jedná pod svým jménem a příjmením, pokud se jedná o právnickou osobu, jedná pod svým názvem,
- vlastní odpovědnost stanovuje podnikateli v tomto případě fyzické i právnické osobě fakt, že nese veškerá rizika spojená se svou podnikatelskou činností,
- dosažení zisku znázorňuje fakt, že činnost musí být vykonávána s úmyslem docílit zisku.

Podnikatel

V zákonu č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku je definován podnikatel v § 420 následovně: „Kdo samostatně vykonává na vlastní účet a odpovědnost výdělečnou činnost živnostenským nebo obdobným způsobem se záměrem činit tak soustavně za účelem dosažení zisku, je považován se zřetelem k této činnosti za podnikatele“.

Obchodní závod

Zákon č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku obsahuje definici obchodního závodu v § 502, která zní následovně: „Obchodní závod je organizovaný soubor jmění, který podnikatel vytvořil a který z jeho vůle slouží k provozování jeho činnosti. Má se za to, že závod tvoří vše, co zpravidla slouží k jeho provozu“.

Právní formy podnikání

Živnostenský zákon a zákon o obchodních korporacích obsahuje několik právních forem podnikání. Záleží na podnikateli, kterou právní formu si zvolí. Přičemž každá forma podnikání podléhá určitým právním předpisům, které ovlivňují podnikatelské rozhodování. Volba právní formy podnikání má dlouhodobé ekonomické, právní a daňové důsledky. Proto je zapotřebí položit si několik základních otázek, které nám pomohou vybrat si správnou právní formu podnikání a zároveň dle odpovědí na tyto otázky, s přihlédnutím na právní úpravy jednotlivých právních forem podnikání, lze zhodnotit výhody a nevýhody jednotlivých forem (Veber a Srpová, 2012).

- Zakládám podnik sám nebo se společníky?
- Jak budu ručit za své závazky?
- Jak vysoké budou náklady založení právní formy?
- Jaká je potřeba základního kapitálu?
- Jaké budou daňové náklady?

Podnikání dle živnostenského zákona

V živnostenském zákoníku se nachází definice podnikání dle zákona č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání v § 2 je živnost definována následovně: „Živností je soustavná

činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených tímto zákonem“.

Subjekty oprávněné k provozování živnosti jsou definovány v § 6 živnostenského zákona, jsou to fyzické i právnické osoby včetně zahraničních, splňující podmínky stanovené živnostenským zákonem.

Všeobecné podmínky

První podmínkou je 18 let. Tato hranice se shoduje s dosažením zletilosti dle zákona č. 89/2012 Sb., občanského zákoníku v § 30. Je však pevně vázána na dosažení tohoto věku a nelze ji nahradit nabytím zletilosti podle odst. 2 tohoto paragrafu.

Způsobilost k právním úkonům, tato podmínka vychází z předpisů občanského práva, kdy občanský zákoník váže její vznik v plném rozsahu na nabytí zletilosti. Omezit nebo zbavit osobu způsobilosti k právním úkonům je možné jen na základě soudního rozhodnutí. Tuto podmínku je tedy nutno u uchazečů o živnostenské oprávnění zkoumat samostatně vedle předchozí podmínky dosažení věku 18 let.

Bezúhonnost osoby je obsažena v zákonu č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání v § 6 odst. 2 ve kterém je vymezeno, kdo za bezúhonného považován není. Všechny ostatní osoby pak požadavek bezúhonnosti splňují. Bezúhonnost lze prokázat výpisem z rejstříku trestů, který ovšem nesmí být starší tří měsíců.

Předložení dokladu o tom, že fyzická osoba, nemá na území České republiky nedoplatky na platbách pojistného na sociální zabezpečení a příspěvku na státní politiku zaměstnanosti pro tuto podmínku platí v podstatě totéž, co pro předchozí. Doklad vydává místně příslušná správa sociálního zabezpečení.

Tyto podmínky pro provozování živnosti platí pouze pro fyzické osoby. V případě právnické osoby musí tyto požadavky splňovat jiná fyzická osoba tedy odpovědný zástupce. Toto se týká nejen podmínek všeobecných, ale i zvláštních.

Zvláštní podmínky

Zvláštními podmínkami pro provozování živnosti se rozumí odborná nebo jiná způsobilost, pokud ji živnostenský zákon nebo zvláštní předpisy vyžadují. Liší se dle druhu činnosti. Zda je živnost vázaná, řemeslná nebo koncesovaná.

Živnostenské podnikání

Při volbě této právní formy se jedná o podnik jednotlivce, který splňuje zákonem stanovené podmínky a ručí za závazky podniku celým svým majetkem. Živnosti se dělí na ohlašovací a koncesované.

Výhody:

- Minimální právní povinnosti,
- nízké správní náklady,
- formu účetnictví si volí podnikatel sám,
- zisk je zdaňován pouze sazbou pro fyzické osoby,
- není nutný počáteční kapitál,
- jednoduché přerušení či ukončení činnosti.

Nevýhody:

- Velké riziko spočívá v ručení podnikatele celým svým majetkem,
- omezenost z hlediska financování,
- tlak na psychiku podnikatele zapříčiněný ručením celým svým majetkem.

2.2. Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je považován za stěžejní dokument obsahující plán vývoje podniku. Přičemž jeho obsah není nikde přesně specifikován. Podnikatelský plán by však měl mít písemnou podobu a jeho obsah by měl zachycovat, jakým směrem se chceme vydat, cíl kterého chceme dosáhnout a také prostředky které nám umožní jeho uskutečnění. Jedná se tedy o souhrn externích a interních klíčových faktorů ovlivňující podnikání. Podnikatelský plán však nemusí být jen písemný a obsahově rozsáhlý, podnikatelský plán může tvořit i pár stručných vět, pomocí kterých jsme schopni během několika minut odpovědět na otázky, kde právě jsme, kam se chceme dostat a jak se tam dostaneme (CZECHINVEST © 1994–2015).

Struktura podnikatelského plánu

Jedná se pouze o doporučenou verzi, jelikož v žádném zákonu není stanovena jeho přesná struktura. Struktura by dle doporučení operačního programu podnikání a inovací měla vypadat následovně:

- stručné představení podniku,
- popis projektu,
- tržní a obchodní analýzy,
- technologie, inovační činnost,
- SWOT analýza,
- identifikace cílů v časovém horizontu,
- marketingová a organizační strategie,
- personál a prostorové zajištění,
- harmonogram realizace projektu,
- finanční analýza,
- analýza rizik,
- přílohy.

Představení

Při představování podniku je podstatné jasně a stručně uvést kdo jsme, jaká je naše myšlenka, jaká je motivace k založení firmy, co přinášíme nového a jaká je naše konkurenční výhoda.

Popis projektu

Popis projektu obsahuje identifikaci žadatele. Námi zvolený předmět podnikání. Popis nabídky produktu a služeb podniku. Součástí popisu by měl být i způsob ochrany duševního vlastnictví. A samozřejmě i definice cílů projektu.

Tržní a obchodní analýzy

Obsahem tržní a obchodní analýzy je segmentace zákazníků. Zjištění poptávky po výrobcích či službách a zjištění konkurence v oboru. Společně s přehledem současných a potenciálních dodavatelů.

Technologie a inovační činnosti

V části technologie a inovační činnosti je zapotřebí zaměřit se na energetickou a materiálovou náročnost podniku. Inovace umožňující snížení spotřeby zdrojů a tím i snížení provozních nákladů s přihlédnutím k životnímu prostředí. Na tuto činnost lze získat velké množství dotací z evropských, státních či obecních fondů.

SWOT analýza

SWOT analýza je jedna z nejčastěji používaných analytických technik. Pomocí které nacházíme a posuzujeme významnost faktorů z pohledů silných a slabých stránek projektu společně s přihlédnutím k příležitostem a hrozbám, kterým je projekt vystaven viz kapitola 2.6.

Identifikace cílů

Identifikace cílů v časovém horizontu obsahuje přesné specifikace všech cílů přičemž by tyto cíle měly být měřitelné, abychom mohli porovnat skutečnost s plánovanými cíli. Každý z našich cílů musí být také časově přesně vymezen a realizovatelný ve stanoveném čase.

Marketingová a organizační strategie

Obsahem části týkající se marketingové a organizační strategie je marketingový mix společně s organizační strategií podniku.

Personální a prostorové zajištění

Personální a prostorové zajištění obsahuje počet zaměstnanců a prostory využívané k podnikání. Jedná se o zajištění dostatečného prostoru pro podnik společně s co největší ergonomií.

Harmonogram realizace projektu

Harmonogram realizace projektu je „kalendář“ v němž jsou zmapovány činnosti podniku. Přičemž harmonogram obsahuje činnosti a termíny k nim přiřazené, kdy bude činnost provedena popřípadě osobu odpovědnou za provedení činnosti.

Finanční analýza

Finanční analýza je část, v níž jsou sepsána aktiva podniku společně se zdroji financování. V podstatě se jedná o představy podnikatele převedené do finančního vyjádření, což umožňuje vyjádřit, zda je projekt realizovatelný a také zvážit ziskovost projektu.

Analýza rizik

Analýza rizik je část zaměřující se na externí a interní rizika podniku. Interní rizika podniku jsou ovlivnitelná zatím co externí v podobě konkurence nebo politické situace ovlivnitelná nejsou. Přičemž je vhodné zaměřit se na faktory, které rizika spojená s podnikáním ovlivňují nejvíce a zvažovat případná opatření.

Přílohy

V přílohách uvádíme písemnosti a dokumenty jako jsou výpisy z obchodních či živnostenských rejstříků, životopisy klíčových osobností, licence, evropské certifikáty, výsledky průzkumů, analýzu trhu, návrhy výrobků, propočty kritických bodů a další dokumenty vztahující se k podnikání.

Tvorba podnikatelského plánu

Vše nejdříve vzniká v naší hlavě, takže základem podnikatelského plánu je samotná myšlenka, od které se pak vše odvíjí. K této myšlence je zapotřebí sestavit plán, jak postupovat a jaké metody využít při získávání podkladů. Je vhodné všechny myšlenky a kroky systematicky sepsat. Přičemž je nutné dodržovat určité obecné zásady, které nám pomohou vymezit vzhled a obsah podnikatelského plánu. Těmito zásadami jsou:

- srozumitelnost,

- logičnost,
- stručnost,
- pravdivost a reálnost,
- respektování rizika (Fotr et al., 2005).

Využití podnikatelského plánu

Jak investoři, tak bankovní instituce vyžadují jeho předložení při žádosti o financování podniku. Krom použití při žádosti o financování je podnikatelský plán zformováním a uspořádáním představ o vývoji podniku. Tedy i zdrojem informací pro plánování, rozhodování a kontrolování našich výsledků se stanovenými cíli.

2.3. Plánovací proces

Abychom odpověděli na otázky, které jsou součástí podnikatelského plánu. Tedy otázky kde právě jsme, kam se chceme dostat a jak se tam dostaneme, je zapotřebí zvládnout plánovací proces, který je složen ze tří stupňů, kterými jsou:

- porozumění kde jsme,
- rozhodnutí kam chceme jít,
- plánování jak se tam dostaneme.

Porozumění spočívá v pochopení našeho místa na trhu a vztahů zákazníků k našemu podniku. Součástí porozumění je konkurenční výhoda, znázorňující potřebu porozumět vnímání našich produktů a služeb zákazníky. Zda jsou lepší nebo horší než produkty nebo služby konkurentů. Dále segmentace spočívající v určení kdo jsou naši zákazníci a proč mají zájem o naše služby a výrobky. Poté silné a slabé stránky znázorňující jaký je přístup a odbornost zaměstnanců. Jak podnik komunikuje s okolím. Jaké jsou silné a slabé stránky podnikatele a jaká je jeho schopnost obstarat finanční krytí. Příležitosti a hrozby, zda se na trhu nalézají příležitosti pro urychlení rozvoje podniku, nebo jaké jsou hrozby pro podnik. V tomto případě nám může pomoci SLEPT analýza.

Při rozhodnutí si podnikatel musí určit cíle, kterých chce dosáhnout. Cíle musí být specifikované, měřitelné, dosažitelné reálně i vymezené časem. Musí tedy splňovat specifika metody SMART.

V procesu plánování je zapotřebí vypracovat „mapu“ tedy finanční rozpočet, marketingový plán, organizační strukturu podniku a další plány, které nám mohou pomoci s plánováním a získáním představy o formě našeho podniku (Koráb et al., 2008).

2.4. Analýza trhu

Důležitou součástí plánování založení podniku je přehled trhu. Skrze bližší určení poznatků uvádíme a prezentujeme produkt na trhu. Což umožňuje získat konkurenční výhodu. Vstupní data pro analýzu trhu lze získat pomocí metody field research, jedná se o metodu získávání dat v terénu pomocí interview, dotazníků, porovnání a jiných metod majících nekvantitativní charakter. Druhou variantou získávání vstupních dat pro analýzu trhu je metoda desk research, jde o výzkum „od stolu“ pomocí statistických dat.

2.4.1. PEST analýza

PEST je zkratka pro Political, Economic, Social and Technological analysis. Neboli analýza politických, ekonomických, sociálních a technologických faktorů. Analýza umožňuje získat odpovědi na tři otázky, kterými jsou:

- Které z faktorů mají vliv na podnik?
- Jaké jsou možné účinky těchto faktorů?
- Které z faktorů budou v budoucnu pro podnik nejdůležitější?

PEST analýza tedy zachycuje naše vazby k makrookolí, které jsou proměnné, a je zapotřebí na ně pružně reagovat. PEST analýza obsahuje možnosti, které máme k dispozici a jak je co nejefektivněji využít (Sedláčková a Buchta, 2006).

2.4.2. Porterův model

Model je pojmenován dle svého autora Michaela E. Portera. Porterův model pěti konkurenčních sil patří mezi základní analytické nástroje strategického plánování. Právě střet těchto pěti sil ukazuje, jaká bude ziskovost daného odvětví. Jaký potenciál a prostor pro růst trh nabízí. A které kroky nejsou pro podnik vhodné a je lepší je eliminovat. Mezi těchto pět konkurenčních sil patří konkurenti, odběratelé, dodavatelé, substituty a nově vstupující firmy (Magretta, 2011).

Konkurenti

Je důležité mít přehled o činnosti konkurence, jaké produkty jsou nabízeny a jejich ceny. Jakou marketingovou strategii konkurence preferuje, jak se konkurence vyvíjí a jaké jsou její silné a slabé stránky (Magretta, 2011).

Odběratelé

Není vhodné pro podnik udržovat příliš širokou skupinu odběratelů, nebo v opačném případě mít jediného odběratele. Jediný odběratele disponuje silným vyjednávacím postavením týkajícím se ceny. Současně negativním jevem může být i nediferencovaný produkt. Což umožňuje odběrateli lehce přejít ke konkurenci. Naopak při udržování velké skupiny odběratelů s rozdílnými požadavky na produkt vznikají dodatečné výdaje (Magretta, 2011).

Dodavatelé

Podobně jako u odběratelů jediný dodavatel s velice specifickým výrobkem má silné vyjednávací postavení. Což opět vytváří prostředí pro tlak na cenu dodávek, termíny dodání a splatnosti poskytnutého dodavatele úvěru ze strany dodavatele (Magretta, 2011).

Regulační smyčka procesu

Velmi užitečným nástrojem, který je možno použít s ohledem na výběr dodavatelů energií či zásob je tzv. Regulační smyčka procesu. Součástí tohoto nástroje je vstupní proměnná X , která se v pracovním procesu postupně či okamžitě přeměňuje na výstupní proměnnou Y , nebo je s procesem vzniku proměnné Y spojená.

Tento nástroj nám umožní optimalizovat ceny, čas dodání a doprovodné služby, které nám dodavatelé poskytují.

Postup spočívá ve sledování vstupu do procesu jejich přeměny a výstupu, které jsou potom měřeny a srovnány s požadavky. Poté zhodnotíme spokojenost se službami nebo výrobky, které jsou poskytnuty. Po zhodnocení provedeme analýzu neshod a vad. Na tuto analýzu navazuje analýza příčin, kterou lze provést pomocí Ishikawa diagramu, česky také nazývanému diagram příčin a následků. Poté dochází k návrhu opatření, volby optimálního opatření a jeho realizaci. V tomto bodě se dostaneme opět na začátek procesu k proměnné X a procesu její přeměny na proměnnou Y . Regulační smyčka je zacyklený proces, který probíhá

stále dokola. Proto je ideálním nástrojem pro výběr a optimalizaci cen a služeb dodavatelů (Kovács, 2015).

Substituty

U substitutů se jedná o jejich množství, cenu, kvalitu, technické parametry a vztah zákazníků k substitutům. Pokud je cena substitutů nižší při přibližujících se technických parametrech mohou se stát na trhu velice nebezpečnými pro náš podnik (Magretta, 2011).

Nově vstupující firmy

Nově vstupující firmy na trh mohou vytvořit tlak na cenu a snížení naší pozice na trhu. Vstupu nových firem však brání několik vstupních bariér. Mezi tyto bariéry patří:

- kapitálová náročnost vstupu na trh,
- distribuční kanály,
- legislativní překážky,
- technologické překážky,
- obsazenost trhu,
- chování zákazníků (Magretta, 2011).

2.4.3. Oblast marketingu

Marketingovou strategii, lze považovat za jakýsi „plán hry“ směřující k dosažení cílů podniku. Přičemž bychom se měli zaměřit na segmenty, ve kterých se můžeme z konkurenčního hlediska nejlépe uplatnit. Tento „plán hry“ v zásadě řeší tři okruhy problémů:

- výběr cílového trhu,
- určení pozice na trhu,
- rozhodnutí o marketingovém mixu.

Po výběru cílového trhu je zapotřebí uskutečnit rozhodnutí, jakou pozici na trhu chceme zaujmout ve vybraných segmentech. Jedná se o postavení našeho produktu mezi ostatními konkurenčními produkty na trhu. Cílem je dosáhnout specifické vnímání produktu v povědomí zákazníků a tak se odlišit od konkurenčních podniků. Při určování tržní pozice produktu postupujeme ve třech krocích. Identifikujeme možné konkurenční výhody našeho produktu, na

jejichž základě je možné pozici budovat. Vybereme takovou konkurenční výhodu, která je důležitá pro zákazníka a je v souladu s marketingovými cíli podniku. Po identifikaci a výběru konkurenční výhody zvolíme efektivní způsob komunikace a propagace (Srpová et al., 2011).

Marketingový mix

Základní marketingový mix se skládá ze čtyř základních proměnných, prostřednictvím kterých lze ovlivnit tržby. Značí se jako 4P. Z anglických slov product, price, place, promotion česky tedy produkt, cena, místo a propagace. Krom základní verze marketingového mixu lze nalézt i rozšířený marketingový mix 7P. Ten je rozšířen o people, proces, physical evidence v češtině lidský faktor, materiální předpoklady a procesy. Pro účely této práce bude postačující mix složený ze 4P (Srpová et al., 2011).

Produkt

Pojmem produkt označuje nejen samotný výrobek nebo službu, ale také sortiment, kvalitu, design, doprovodné služby, záruky, obal a image výrobce. Součástí produktu je i jeho schopnost naplnit očekávání zákazníků (Srpová et al., 2011).

Cena

Cena je peněžní hodnota, za kterou se produkt prodává. Jsou v ni zahrnuty slevy, možnosti úvěru, dealerské odměny, propagace, platební podmínky, státní a cenová regulace. Přičemž všechny tyto faktory je nutné sledovat při tvorbě cen produktů (Srpová et al., 2011).

Místo

Uvádí umístění, kde bude produkt poskytován, včetně distribučních cest, dostupnost distribuční sítě, zásobování a dopravy (Srpová et al., 2011).

Propagace

Účelem propagace je informovat zákazníky o produktu společně s přesvědčením, aby uskutečnili koupi produktu, nebo začali o produkt jevit zájem a šířit informace o produktu dále. Jako základní formy podpory prodeje přicházejí v úvahu reklama, osobní prodej, orientace na

značkové zboží a v neposlední řadě také public relations tedy vztahy s veřejností, které lze budovat pomocí různých akcí jak pořádaných tak sponzorovaných (Srpová et al., 2011).

2.5. Finanční plánování

Ve finančním plánu je zachycen plánovaný podnikatelský záměr v podobě peněžních toků. Tím je umožněno posoudit, zda je projekt reálný. Případně přesvědčit investora o jeho výnosnosti. Vypracování finančního plánu vyžaduje schopnost modelovat možné varianty budoucího vývoje, společně s pravděpodobností jejich uskutečnění (Koráb et al. 2008).

2.5.1. Finanční analýza

V současné době existuje mnoho definic, které se snaží pojem finanční analýzy co nejkomplexněji popsat a nejpřesněji vystihnout. Nicméně všechny se shodují, že finanční analýza je velice důležitým prvkem v rozhodování managementu, protože upravuje data, která se poté stávají informačně přínosnějšími. Finanční analýza je tedy metoda, která poměruje získané údaje mezi sebou a rozšiřuje tak jejich vypovídací schopnost, jakož i umožňuje dospět k určitým závěrům o celkovém hospodaření a finanční situaci podniku (Kislingerová, 2010).

Zdroje dat finanční analýzy

Zdroje finanční analýzy tvoří nespočet dat, která jsou získána především z účetnictví. Ovšem nesmíme zapomenout i na externí jevy, které mohou mít vliv na průběh finanční analýzy. Informace, které jsou využity ve finanční analýze lze rozdělit do následujících skupin:

- interní a externí,
- finanční a nefinanční,
- účetní a ostatní.

Volba skupiny dat, použita pro analýzu se odvíjí od cíle a uživatele metody. V oblasti analýzy podniku, která je určena především pro podnikatele či manažery se nejčastěji vychází z účetních výkazů, které jsou v podniku k dispozici. Mezi tyto výkazy patří rozvaha podniku, výkaz zisku a ztráty a výkaz Cash-flow (Dluhošová et al., 2010).

Varianty budoucího vývoje

Důležitou součástí finanční analýzy je i stanovení různých scénářů vývoje podniku. Vykazované hodnoty podniku v jednotlivých měsících s ohledem na měnící se prostředí nabývají rozdílných hodnot. Z tohoto důvodu je zapotřebí stanovit si různé scénáře, ve kterých budou zachyceny hodnoty při rozdílných podmínkách. Každý z těchto stanovených scénářů má pravděpodobnost toho že se vykazované hodnoty přiblíží těm ve scénáři. Pro výpočet lze využít pravděpodobnostní rovnice.

$$P_i = \frac{m}{r} \quad (2.1)$$

P_i je pravděpodobnost uskutečnění scénáře, m v čitateli je počet měsíců ve kterých se hodnoty budou blížit hodnotám ve scénáři a r je počet měsíců v období celkem.

Rozvaha podniku

Rozvaha podniku tvoří statický model, což znamená, že uvedená data se vztahují k jednomu konkrétnímu okamžiku. Zachycuje stav aktiv tedy majetku společně s pasivy jakožto zdroji financování majetku. Aktiva i pasiva podniku jsou rozděleny do jednotlivých skupin. Přičemž v rozvaze musí být zachována bilanční rovnost.

Tab. 2.1: Rozvaha podniku

Aktiva	Pasiva
I. Pohledávky za upsaný kapitál	I. Vlastní kapitál
II. Dlouhodobý majetek	1. Základní kapitál
1. Dlouhodobý hmotný majetek	2. Kapitálové fondy
2. Dlouhodobý nehmotný majetek	3. Fondy tvořené ze zisku
3. Dlouhodobý finanční majetek	4. Výsledek hospodaření minulých let
III. Oběžná aktiva	5. Výsledek hospodaření běžného účetního období
1. Zásoby	II. Cizí zdroje
2. Dlouhodobé pohledávky	1. Rezervy
3. Krátkodobé pohledávky	2. Dlouhodobé závazky
4. Krátkodobý finanční majetek	3. Krátkodobé závazky
IV. Časové rozlišení	4. Bankovní úvěry a výpomoci
	III. Časové rozlišení
Aktiva celkem	Pasiva celkem

Zdroj: Vlastní zpracování

Dlouhodobý majetek

Který je definován jako hmotný, nehmotný, finanční a je pořízován jako investice. Při tomto druhu investice je jednorázově vynaložen velký objem peněžních prostředků na pořízení majetku. K označení dlouhodobého majetku se používá pojem fixní aktiva nebo stálá aktiva. Tento druh majetku je v podniku vázán dobu delší než jeden rok, přičemž se při výrobě nespotrebovává, ale postupně vzniká jeho opotřebení. Opotřebení je zachyceno formou odpisů, které mohou být účetní či daňové. Účetní odpisy by měly sloužit k vyjádření skutečného opotřebení majetku a přenášet jeho část do nákladů. Výše odpisů se obvykle odvíjí od délky ekonomické životnosti majetku. Dále jsou zde odpisy daňové, které představují částku, kterou podnik může zahrnout do nákladů pro výpočet daňového základu. Výše těchto odpisů se vypočítá na základě odpisových sazeb pro jednotlivé odpisové skupiny, definované zákonem č. 586/1992 Sb., o dani z příjmů, ve znění pozdějších předpisů. (Koráb et al., 2008).

Oběžný majetek

Oběžný majetek označován také jako oběžná aktiva znázorňuje druh majetku, který v podniku obíhá a postupně mění podobu z hotovosti na zásoby poté závazky a zpět na hotovost. Tento druh aktiv existuje tedy ve dvou podobách a to věcné a peněžní. Věcnou podobu mají zásoby materiálu, nedokončené výroby, polotovarů, hotových výrobků a zboží. Peněžní podobu aktiv mají peníze v pokladně, na účtu, pohledávky a krátkodobé cenné papíry (Koráb et al., 2008).

Zdroje financování majetku

Zde se jedná o pasiva, která jsou opakem aktiv znázorněné v rozvaze na protilehlé pravé straně. Obsahem pasiv je vlastní kapitál, cizí zdroje a ostatní pasiva. Znázorňuje také finanční strukturu podniku, tedy z jakých zdrojů jsou financovány jednotlivé složky aktiv. Pro zachování finanční stability podniku se doporučuje, aby stálá aktiva byla financována vlastním kapitálem společně s cizími zdroji dlouhodobými. Zatímco oběžná aktiva by měla být financována z cizích zdrojů krátkodobých (Veber a Srpová, 2012).

Daňová evidence

Daňová evidence je určena pro subjekty, které nejsou účetní jednotkou ve smyslu § 1 zákona o účetnictví č. 563/91 Sb. odst. d) „fyzické osoby, které jsou jako podnikatelé zapsány v obchodním rejstříku“, odst. e) „ostatní fyzické osoby, které jsou podnikateli, pokud jejich obrat podle zákona o dani z přidané hodnoty, včetně plnění osvobozených od této daně, jež nejsou součástí obrátu, v rámci jejich podnikatelské činnosti přesáhl za bezprostředně předcházející kalendářní rok částku 25 000 000 Kč, a to od prvního dne kalendářního roku“, odst. f) „ostatní fyzické osoby, které vedou účetnictví na základě svého rozhodnutí“.

Hodnocení investic

Při rozhodování zda projekt realizovat nebo nerealizovat, lze vycházet z výpočtů ekonomické efektivnosti. Z pravidla výnosnosti zdrojů vynaložených na realizaci projektu. Hodnocení investic sleduje kritéria, kterými jsou:

- rentabilita kapitálu,
- doba úhrady či návratnosti,
- likvidita,
- zadluženost,
- čistou současnou hodnotu, index rentability a vnitřní výnosové procento (Dluhošová et al., 2010).

2.5.2. Ukazatele rentability

Do této skupiny ukazatelů patří ukazatele, jako jsou tyto:

- rentabilita aktiv označována *ROA*,
- rentabilita dlouhodobých zdrojů *ROCE*,
- rentabilita vlastního kapitálu *ROE* (Dluhošová et al., 2010).

Rentabilita aktiv

Rentabilita aktiv bývá označovaná *ROA*, jakožto zkratka anglických slov Rentability of Assets. Ukazatel rentability aktiv bývá považován za klíčové měřítko rentability, protože poměruje zisk s celkovými aktivy investovanými do podnikání bez ohledu na to, z jakých zdrojů pocházejí.

$$ROA = \frac{EBIT}{aktiva}, \quad (2.2)$$

kde *EBIT* znázorňuje zisk před zdaněním a úroky, který dělíme celkovou výši aktiv (Dluhošová et al., 2010).

2.5.3. Likvidita

Likvidita je poměrovým ukazatelem stejně jako ukazatelé rentability. Ukazatelé likvidity také používáme ve finanční analýze podniku. Než přejdeme k vzorcům je zapotřebí vysvětlit pojem likvidita. Likviditou se rozumí schopnost přeměnit aktiva podniku na peněžní prostředky, které poté mohou být použity k úhradě závazků. V praxi se používají tři ukazatele:

- ukazatel celkové likvidity,
- ukazatel pohotové likvidity,
- ukazatel okamžité likvidity (Dluhošová et al., 2010).

Ukazatel celkové likvidity

Celkovou likviditou se vyjadřuje, kolikrát oběžná aktiva pokrývají krátkodobé závazky. Výsledek tedy znázorňuje fakt, kolikrát jsme schopni pokrýt naše krátkodobé závazky, když proměníme veškerá svá oběžná aktiva na peněžní prostředky. Nevýhodou tohoto ukazatele jsou zásoby, které v krátkém časovém období nejsou lehce přeměnitelné na hotovost.

$$Ukazatel\ celkové\ likvidity = \frac{oběžná\ aktiva}{krátkodobé\ závazky} \quad (2.3)$$

Za přiměřenou výši tohoto ukazatele se považuje hodnota v rozmezí od 1,5 do 2,5 (Dluhošová et al., 2010).

Ukazatel pohotové likvidity

Pohotovou likviditou se vyjadřuje, kolikrát oběžná aktiva snížena o zásoby pokrývají krátkodobé závazky. Tento ukazatel tedy eliminuje určitý nedostatek ukazatele celkové likvidity, který spočívá především v zahrnutí méně likvidních zásob do výpočtu likvidity.

$$Ukazatel\ pohotové\ likvidity = \frac{oběžná\ aktiva - zásoby}{krátkodobé\ závazky} \quad (2.4)$$

Po odečtení zásob v čitateli zůstanou jen pohotové prostředky, za které se považují pokladní hotovost, peníze na bankovních účtech, obchodovatelné cenné papíry a pohledávky. Doporučená hodnota tohoto ukazatele je v rozmezí od 1 do 1,5 (Dluhošová et al., 2010).

Ukazatel okamžité likvidity

Je důležitý především z krátkodobého hlediska z důvodu vyjádření pokladní likvidity. V podstatě se jedná o ukazatel zobrazující krytí krátkodobých závazků pouze pohotovými platebními prostředky, které obvykle tvoří peníze na účtech, peníze v hotovosti a šeky. Lze do pohotových platebních prostředků zahrnout i rychle mobilizovatelné finanční rezervy.

$$\text{Ukazatel okamžité likvidity} = \frac{\text{pohotov\acute{e} platebn\acute{i} prost\acute{r}edky}}{\text{kr\acute{a}tkodob\acute{e} z\acute{a}vazky}} \quad (2.5)$$

Tento ukazatel je považován za poměrně nestabilní, proto může sloužit zejména k dokreslení úrovně likvidity podniku (Dluhošová et al., 2010).

2.5.4. Zadluženost

Ukazatele zadluženosti znázorňují vztah mezi cizími a vlastními zdroji financování podniku, také měří rozsah, v jakém podnik používá k financování cizí kapitál vzhledem k aktivům. Použití cizích prostředků ve správné míře může mít pozitivní dopad na rentabilitu podniku. Důležitými ukazateli jsou:

- ukazatel celkové zadluženosti,
- ukazatel dlouhodobé zadluženosti,
- ukazatel běžné zadluženosti,
- ukazatel zadluženosti vlastního kapitálu (Dluhošová et al., 2010).

Ukazatel celkové zadluženosti

Celková zadluženost je ukazatelem, který porovnává cizí kapitál s celkovými aktivy podniku. Čím nižší je tento podíl tím menší je riziko pro věřitele. Tento ukazatel má význam zejména pro dlouhodobé věřitele, jako jsou banky (Dluhošová et al., 2010).

$$\text{Ukazatel celkové zadluženosti} = \frac{\text{ciz\acute{i} kapit\acute{a}l}}{\text{celkov\acute{a} aktiva}} \quad (2.6)$$

Ukazatel dlouhodobé zadluženosti

Dlouhodobou zadlužeností lze vyjádřit podíl dlouhodobého cizího kapitálu vzhledem k celkovým aktivům podniku (Dluhošová et al., 2010).

$$\text{Ukazatel dlouhodobé zadluženosti} = \frac{\text{dlouhodobý cizí kapitál}}{\text{celková aktiva}} \quad (2.7)$$

Ukazatel běžné zadluženosti

Ukazatel běžné zadluženosti znázorňuje podíl krátkodobého cizího kapitálu na celkových aktivech podniku (Dluhošová et al., 2010).

$$\text{Ukazatel běžné zadluženosti} = \frac{\text{krátkodobý cizí kapitál}}{\text{celková aktiva}} \quad (2.8)$$

Ukazatel zadluženosti vlastního kapitálu

Porovnává cizí kapitál k vlastnímu kapitálu. V případě stabilního podniku by se míra ukazatele měla pohybovat v rozmezí od 80% do 120% (Dluhošová et al., 2010).

$$\text{Ukazatel zadluženosti vlastního kapitálu} = \frac{\text{cizí kapitál}}{\text{vlastní kapitál}} \quad (2.9)$$

2.6. SWOT analýza

SWOT analýza je typ strategické analýzy podniku, pojmenována dle počátečních písmen anglických slov Strengths které značí silné stránky, Weaknesses značících slabé stránky, Opportunities příležitosti a Threats hrozby. Cílem této analýzy je identifikace silných a slabých stránek podporujících schopnost úspěšně se vypořádat s hrozbami a příležitostmi ve vnějším prostředí. SWOT analýza tedy zachycuje vztah podnikové strategie k internímu a externímu prostředí. Přičemž v externím prostředí zachycuje jak vztah k mikroprostředí tak i makroprostředí (Veber a Srpová, 2012).

Vstupy do této analýzy pocházejí z finančních analýz, analýz hodnotového řetězce, analýzy zdrojů, analýzy produktového portfolia, PEST analýzy, Porterovy analýzy, segmentace trhu, analýzy potřeb zákazníků, analýzy konkurence. SWOT analýzu lze rozdělit na dvě části a to analýzu S-W, tedy analýzu silných a slabých stránek zkoumající vnitřní prostředí podniku. A analýzu O-T tedy analýzu příležitostí a hrozeb vnějšího prostředí.

Riziko

Analýza rizik je charakterizována jako proces definování hrozeb, pravděpodobnosti jejich uskutečnění a jejich dopadu na aktiva podniku. Nicméně pro riziko neexistuje jedna obecně uznávaná definice. V každém případě má riziko dvě stránky a to pozitivní a negativní.

Negativní stránka podnikatelského rizika je spojena s dosažením horších výsledků, než námi předpokládaných.

Zatím co pozitivní stránka podnikatelského rizika je spojena s dosažením vyššího zisku a úspěšného uplatnění podniku na trhu. Navazujícím článkem na analýzu rizik je proces snižování rizik. Přičemž kvalitní řešení jakéhokoliv problému je vždy přímo závislé na kvalitě provedené analýzy rizik, která tvoří základní vstup pro řízení rizik (Smejkal a Rais, 2013).

Oblasti řízení rizik

Problematika řízení rizik je velice široká a podle svého zaměření i často velmi odlišná. Základními oblastmi řízení rizik jsou především:

- přírodní katastrofy,
- rizika ochrany životního prostředí,
- finanční rizika,
- projektová rizika,
- obchodní rizika,
- marketingová rizika,
- strategické riziko,
- riziko managementu,
- rozpočtové riziko,
- technická rizika (Smejkal a Rais, 2013).

Analýza S-W

Vnitřní prostředí podniku je znázorněno analýzou silných a slabých stránek. Vnitřním prostředím jsou výrobní zařízení a technologie, personální faktory, financování, marketing podniku, organizace a řízení podniku. Vnitřní prostředí může být přímo ovlivněno vedením podniku. Analýza také definuje vnitřní předpoklady pro zhodnocení analýzy příležitostí a hrozeb (Fotr, et al., 2012).

Analýza O-T

Vnější prostředí podniku je zachyceno v analýze příležitostí a hrozeb. Mezi vnější vlivy ovlivňující podnik patří trendy na trhu, analýza konkurence, dodavatelé a odběratelé a také politická a ekonomická situace státu. Příležitosti představují příznivé vlivy pro budoucnost podniku, zatímco hrozby budou pravděpodobně negativně ovlivňovat fungování podniku (Fotr, et al., 2012).

Tvorba SWOT analýzy

SWOT analýza má podobu čtverce o čtyřech kvadrantech, ve kterém první kvadrant obsahuje silné stránky, druhý kvadrant obsahuje slabé stránky, třetí kvadrant obsahuje příležitosti a čtvrtý kvadrant hrozby. Po sepsání faktorů v jednotlivých kvadrantech se k těmto faktorům přidělují hodnoty a váhy jednotlivých faktorů. Přičemž hodnoty pro silné stránky a příležitosti jsou v rozmezí od 1 do 5. U slabých stránek a hrozeb od -1 do -5. Poté se ke každému faktoru přidělí váha, přičemž součet vah v jednotlivých kvadrantech musí být roven 1 (Fotr, et al., 2012).

Typy strategie

Existují čtyři kombinace strategií tykajících se SWOT analýzy. A to strategie SO spojená s využitím silných stránek společně s příležitostmi, která se v reálném fungování podniku příliš nevyskytuje, jedná se spíše o žádoucí stav každého podniku. Strategie WO spočívá ve využití příležitostí z vnějšího prostředí k odstranění slabých stránek podniku. Dále strategie ST, využití silných stránek podniku ke konfrontaci s ohrožením. A poslední strategie WT, která je strategií obrannou s cíli odstranit slabé stránky podniku a eliminovat ohrožení z vnějšího okolí (Fotr, et al., 2012).

3. Představení společnosti

V této části práce je stručně představena společnost Jakub Dvorský v tab. 3.1.

Tab. 3.1: Představení společnosti

Název	Jakub Dvorský Fitness
Podnikatel	Jakub Dvorský
Adresa	Malostranská 141, Šenov u Nového Jičína
Forma podnikání	Živnostenské oprávnění
Druh živnosti	Volná
Předmět podnikání	Fitness služby s doprovodným prodejem a poskytováním poradenských služeb
Základní kapitál	302.704 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Projekt vznikl na základě volného místa na trhu. Společnost Jakub Dvorský je tedy zakládána za účelem poskytování fitness služeb, které v blízkém okolí Nového Jičína nemají zastoupení. Především intervalový trénink, který výrazně napomáhá ke spalování tuků a zlepšování fyzické kondice zvaný Tabata. Výhodou tohoto projektu je poměrně nízká kapitálová náročnost. Jelikož na rozdíl od silových sportů není k tomuto druhu cvičení zapotřebí velkých a drahých posilovacích strojů.

Obsahem činnosti podniku je především poskytování sportovních služeb k rozvoji těla a jeho regeneraci společně s poradenstvím zaměřeným na vyváženou a zdraví prospěšnou stravu poskytující urychlenou regeneraci. Přičemž se jedná o volnou živnost č. 74 provozování tělovýchovných a sportovních zařízení a organizování sportovní činnosti, volnou živnost č. 48 velkoobchod a maloobchod, živnost č. 60 poradenská a konzultační činnost, zpracování odborných studií a posudků a živnost č. 59 pronájem a půjčování věcí movitých.

Tento projekt jsme se rozhodli realizovat jakožto fyzická osoba podnikající na základě živnostenského zákona. Tato forma podnikání zvyšuje rizika podnikatele, jelikož ručí neomezeně celým svým majetkem, nicméně se jedná především o podnikání ve službách a jen malou část podnikání tvoří doprovodný prodej doplňků, tudíž kapitálové zatížení podniku není vysoké a tak jsme došli k závěru, že není zapotřebí složitějšího zakládání společnosti s ručením omezeným, aby došlo k oddělení vlastního majetku od podniku a jeho závazků. Jakožto výhodu podnikání fyzické osoby na základě živnostenského oprávnění lze uvést i fakt vedení jednoduché daňové evidence.

Cílem projektu je vytvořit prosperující podnik společně s co největším přínosem pro společnost. Jelikož se zdravý životní styl a krásná postava v současné době stává velkým trendem, který se dostává stále více lidem do povědomí. Lze počítat i s rostoucí klientelou, která v konečné fázi pomůže zajistit finanční rozvoj podniku společně s rozšířením a získáním dobré pověsti. Navíc se v blízkém okolí nenalézají žádné fitness centrum zaměřující se přímo na cvičební metodu Tabata. To umožňuje přijít na trh v této oblasti jako první specializované fitness centrum s metodou Tabata a získat tak stabilní místo na tomto trhu.

4. Vyhotovení podnikatelského plánu fitness centra

V kapitole jsou zachyceny analýzy externího a interního prostředí fitness centra společně s budoucím vývojem. Dále příležitosti a hrozby, které se v tomto prostředí nalézají s přihlédnutím na silné a slabé stránky podniku. Zhodnocení situace a doporučení.

4.1. PEST analýza

V této části je obsažena analýza externího prostředí fitness centra. Legislativy, politiky, ekonomických a sociálních faktorů a technologického prostředí.

Legislativní a politické faktory

Legislativní náročnost založení podniku zabývajícím se poskytováním sportovních služeb dle živnostenského zákona je poměrně nízká. Jelikož se jedná o živnost volnou, není zapotřebí odborné praxe ani koncese. Ovšem ostatní legislativní nároky jsou stejné jako u ostatních fyzických osob podnikajících na základě živnostenského oprávnění. Za výhodu živnostenského podnikání je možno považovat fakt, že živnostník nemusí být zapsán v obchodním rejstříku. Nicméně je povinně zapsán v živnostenském rejstříku, který je veřejně přístupný. Další legislativní výhodou pro fyzickou osobu podnikající na základě živnostenského oprávnění je možnost vést prostou daňovou evidenci.

Česká republika má stabilním zázemím umožňujícím pozitivní vývoj podnikatelské činnosti. O tom svědčí pravidelná volba prezidenta a pravidelné volby poslanecké sněmovny parlamentu.

Ekonomické faktory

Jedním z důležitých faktorů je sazba daně z přidané hodnoty, jejíž výše se v posledních dvaceti letech změnila šestkrát, což způsobuje zmatek a dodatečné finanční výdaje pro podnik. V letošním roce je platná základní sazba daně z přidané hodnoty ve výši 21%, první snížená sazba daně z přidané hodnoty ve výši 15% a druhá snížená sazba daně z přidané hodnoty ve výši 10%.

Ovšem nejpodstatnějším ekonomickým faktorem týkajícím se našeho podniku je sazba daně z příjmu fyzických osob a odvody na sociální a zdravotní pojištění. Daň z příjmu fyzických osob činí 15% ze základu daně.

Minimální výše sociálního pojištění činí 1.972 Kč v případě přesáhnutí minimální výše vyměřovacího základu záloha na sociální pojištění poté činí 29,2% z poloviny daňového základu.

Minimální výše zdravotního pojištění činí 1.823 Kč v případě přesáhnutí minimální výše vyměřovacího základu u zdravotního pojištění se jedná o částku ve výši 13,5% z poloviny daňového základu.

Příznivé ekonomické prostředí značí i stabilní míra inflace společně s meziročním růstem HDP kolem 4% v roce 2015 (INVESTUJEME.CZ © 2006–2016).

Sociální faktory

Český statistický úřad ve svých průzkumech uvádí, že v oblasti Nového Jičína věková skupina od 15 do 64 let čítá 130 235 obyvatel. Přičemž průměrný věk mužů ve městě Nový Jičín je 39,2 let a průměrný věk žen 42,5 let. Zatímco průměrný věk v okrese Nový Jičín je 39,7 let u mužů a 42,6 let u žen. Faktem zůstává, že Nový Jičín je druhým nejmenším okresem co do počtu obyvatel, ovšem tento fakt lze zastínit jiným faktem a to tím, že se jedná o okres s nejmenším průměrným věkem v Moravskoslezském kraji (ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2016).

Tab 4.1 Věková struktura obyvatel v Moravskoslezském kraji

			okres Bruntál	okres Frýdek- Místek	okres Karviná	okres Nový Jičín	okres Opava	okres Ostrava- město
Průměrný věk	celkem		41,8	41,5	42,2	41,1	41,5	42
Průměrný věk	pohlaví	muži	40,3	40	40,6	39,7	39,9	40,3
		ženy	43,3	42,9	43,7	42,6	43	43,6
Počet obyvatel	celkem		94 573	212 987	255 945	151 724	176 807	325 640
Počet obyvatel	věková skupina	0 - 14	13 689	32 233	35 964	23 317	26 819	47 523
		15 - 64	64 283	144 197	174 229	102 789	120 022	219 214
		65 a více	16 601	36 557	45 752	25 618	29 966	58 903
Počet obyvatel	pohlaví	muži	46 701	104 919	125 596	74 783	86 564	157 827
		ženy	47 872	108 068	130 349	76 941	90 243	167 813

Zdroj: Vlastní zpracování dle ČSÚ (2016)

Technologické prostředí

Šenov u Nového Jičína disponuje rozsáhlou dopravní sítí a je propojen s jedním z hlavních dálničních tahů napříč Českou republikou. Dopravní síť tedy umožňuje snadné spojení s dodavateli společně s možností přílivu potenciálních zákazníků z ostatních krajů popřípadě turistů. Dále po celém území je rozvedena telekomunikační a internetová síť umožňující bezproblémové připojení. Mimo komunikačních technologií a dopravních sítí jsou v okruhu 5km umístěny i všechny složky integrovaného záchranného systému České republiky tedy policie, hasiči a záchranná služba.

4.2. Porterův model

Před návrhem jednotlivých plánů podnikatelského záměru je zapotřebí analyzovat trh, na kterém se fitness centrum nachází a jaké hrozby či příležitosti se na trhu nalézají. Analýza trhu v této práci byla prováděna především metodou osobního dotazování. Nicméně pro realističtější pohled na trh jsme zapojili i statistická data.

Za velkou nevýhodu lze považovat nenáročný vstup na tento trh. To znamená, že momentální výhoda nulové konkurence v okolí se může rychle změnit. Nicméně naše fitness

centrum je první svého druhu v blízkém okolí a tak se zde nabízí možnost zachycení jména podniku a jeho služeb v povědomí obyvatel spolu s upevněním pozice na trhu.

V prospěch našeho fitness centra současně hraje jedinečnost produktu respektive produkt, který momentálně v blízkém okolí Nového Jičína nemá zastoupení. A díky prokázané efektivitě cvičení, malé časové náročnosti a velké účinnosti cvičení je zde vidina rostoucího počtu zájemců ve všech věkových kategoriích. V ideálním případě i rozšíření dobrého jména podniku k dalším potenciálním zákazníkům skrze reference stávajících zákazníků. Také je možnost zapojit se do školských programů a nabídnout zvýhodněné lekce školám, přičemž žáci mohou také poskytnout určitou formu reklamy.

Substitutem vůči službám fitness centra je prosté cvičení v bytě či na zahradě s vlastním náradím společně s kondičním během nebo kruhovým tréninkem. Návštěva okolních fitness center, které ovšem neposkytují stejný produkt. Nebo příležitostné soukromé lekce v pronajatých prostorech.

4.2.1. Dodavatelé

Za dodavatelé mající vliv na náš podnik lze považovat dodavatelé hudby, která cvičení doprovází a je speciálně pro něj upravená. Hudba je dostupná i online, což usnadňuje přístup k novým skladbám bez zdlouhavých objednávek. Dalšími dodavateli jsou společnosti zabývající se prodejem nářadí do posiloven a fitness center, které mají v České republice hojně zastoupení a je možnost si vybírat na základě zvážení jednotlivých nabídek. Také dodavatele doplňků stravy, bez kterých se jako správné fitness centrum také neobejdeme. A v neposlední řadě dodavatelé energií, kteří jsou jeho nedílnou součástí.

Existuje nespočet dodavatelů zaměřujících se na prodej doprovodných skladeb a nářadí ke cvičební metodě Tabata. Na mnohých stránkách jsou dostupné „amatérské“ skladby z domácí produkce nadšenců pro Tabatu, které jsou volně dostupné online a jejich užívání není nějak omezeno autorským právem. Dále jsou zde upravené skladby pro cvičební metodu založené na požadované intenzitě cvičení, jejichž tempo je nastaveno tak, aby při dodržování jejich frekvence byl stimulován náš srdeční tep pro co nejvyšší efektivitu prováděných cviků. Nicméně tyto skladby jsou chráněny autorským právem a pro jejich legální použití je zapotřebí si je zakoupit.

Jelikož není zapotřebí ke cvičení specializované nářadí a nářadí má poměrně dlouhou životnost, není potřeba udržovat dlouhodobé vztahy s určitým dodavatelem. Nicméně tento fakt udržování dlouhodobých vztahu pro získání věrnostních slev či bonusů nevylučuje. Jen svědčí o tom, že mezi jednotlivými objednávkami je většinou velká časová rezerva, v níž lze dodavatele zaměnit za levnějšího, rychlejšího a spolehlivějšího s delší záruční dobou a podobně.

Což značí fakt, že je jednoduché zařídit rozdělení vlivu dodavatelů na cenu, termíny dodání a doprovodné služby.

Stejně jako u předchozích dodavatelů je velké množství potenciálních dodavatelů doplňků stravy. Vysoká konkurence na trhu s doplňky nám dává značnou výhodu ve výběru dodavatele a opět není zapotřebí strachovat se o nemožnost rozložení vlivu dodavatelů na cenu a služby, které jsou s produkty spojené.

V neposlední řadě jsou zde dodavatelé energií, mezi které patří společnost ČEZ, a.s. a společnost RWE Energie s.r.o.

Zvolení dodavatelé

Na základě porovnání nabídek od společností RWE a ČEZ jsme se rozhodli pro společnost ČEZ, jejíž nabídky se jeví pro firmu výhodnější při stejné výši spotřeby energií.

Tab. 4.2 Nabídka elektrické energie

Společnost/jistič	Tarif	Měsíční platba
ČEZ/3x25A	eTARIF	1.267 Kč
RWE/1x25A	OPTIMAL	1.240 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Měsíční spotřeba elektřiny byla odhadnuta společně s rezervou 500kWh na 3 000kWh. Zdrojem pro měsíční platby byly údaje, které jsme získali na základě návštěvy informačních center jmenovaných společností. V tab. 4.2 jsou uvedeny tarify a měsíční platby pro předpokládanou výši spotřeby. Jak vyplývá z tab. 4.2 společnost ČEZ dodává o 27 Kč dražší energii, nicméně v tomto tarifu poskytuje silnější jistič, což kompenzuje cenu elektřiny.

Spotřeba plynu byla vypočítána na základě plochy, která činí 80m². Výsledná spotřeba plynu společně s ohřevem vody a vytápěním prostorů byla stanovena na 59 660,25 kWh. V tab. 4.3 jsou uvedeny měsíční platby pro tuto výši spotřeby.

Tab. 4.3 Nabídka plynu

Společnost	Tarif	Měsíční platba
ČEZ	ATRAKTIV	6.987 Kč
RWE	OPTIMAL	7.832 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Většina skladeb pro Tabatu je volně dostupná, nebo sami autoři nabízejí své díla k prodeji na webové stránce jako je například tabatasongs.com nebo amazon.com. Na základě hodnocení nabízených skladeb a jejich zpracování jsme se rozhodli pro odběr z webových stránek amazon.com. Přičemž cena jednotlivých skladeb činí 0,99 amerických dolarů tedy 99 centů.

Několikaletá zkušenost s odběrem náčiní do posilovny z internetového obchodu obchod.ronnie.cz ulehčila výběr dodavatele v této kategorii. Díky přívětivým cenám a plněním objednávek včas jsme přesvědčeni, že spolupráce s obchod.ronnie.cz je správnou volbou.

4.3. Marketingová Oblast

Oblast marketingu je zaměřena především na marketingový mix fitness centra jenž má čtyři součásti, kterými jsou propagace, produkt, cena a umístění.

Propagace

V této části se zaměříme především na propagaci našeho fitness centra. Nejprve chceme oslovit veřejnost skrze osobní roznos letáků, aby lidé z okolí viděli, že majitel má ochotu poznávat své zákazníky. Tento druh propagace bude prováděn před samotným otevřením. Letáky budou vytištěny firmou justprint.cz. Při slavnostním otevření bude uspořádána otevřací akce, kdy všichni návštěvníci budou mít vstup zdarma a možnost Tabatu si osobně vyzkoušet, popřípadě se zeptat na její účinky na tělo či její historii.

V dalším kroku chceme nabídnout lekce Tabaty pro základní a střední školy přičemž věříme, že studenti se o své zážitky rádi podělí s rodiči a blízkými a tím se Tabata dostane do povědomí i dalších potenciálních zákazníků.

Pro doplnění propagace jsme si zvolili i formu reklamních ploch nabízejících se v okolí Nového Jičína. Přičemž jsme zvolili billboard, který bude zpracován společností eportaly.cz.

Plocha pro umístění billboardu je situována v centru Nového Jičína viditelného na hlavním tahu skrze Nový Jičín. Výdaje na pronájem plochy činí 6.000 Kč měsíčně, přičemž délka reklamy bude první 2 měsíce po otevření fitness centra. Tato nabídka reklamy pochází od společnosti mojeBillboardy online s.r.o.

Tab. 4.4 Propagační výdaje

Položka	Výdaje celkem
Letáky 1000ks/A4/lesklý papír/jednostranný tisk	2.150 Kč
Grafický návrh billboardu	5.000 Kč
Pronájem billboardu	12.000 Kč
Instalace billboardu	800 Kč
Výdaje celkem	19.950 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Produkt

Námi nabízený produkt bude upravován dle věku zákazníka, přičemž základní produkt je určen pro zákazníky ve věku od 15 do 40 jakožto sportovně nejaktivnější věkové skupiny. V případě zákaznickovy žádosti například o zaměření se na určitou část těla by byl produkt modifikován dle jeho potřeby, aby směřoval na část těla, kterou zákazník požaduje. Protože je Tabata intervalové cvičení, intervaly se dají modifikovat, avšak je zapotřebí, aby zákazník byl seznámen se zmenšením efektivity cvičení. Dalším produktem, který bude nabízen v našem fitness centru je nutriční poradenství a sestavení správného jídelníčku k tomuto druhu cvičení pro zvýšení jeho efektivnosti a dosažení požadovaných výsledků společně se zajištěním co nejefektivnější regenerace organismu.

V tab. 4.5 je uvedena otevírací doba fitness centra.

Tab. 4.5 Otevírací doba fitness centra

Den	Ranní cvičení	Odpolední cvičení	Lekce s instruktorem
Pondělí	6:00 – 10:00	15:00 – 19:00	19:00 – 19:45
Úterý	6:00 – 10:00	15:00 – 19:00	19:00 – 19:45
Středa	6:00 – 10:00	15:00 – 19:00	19:00 – 19:45
Čtvrtek	6:00 – 10:00	15:00 – 19:00	19:00 – 19:45
Pátek	6:00 – 10:00	15:00 – 19:00	19:00 – 19:45

Zdroj: Vlastní zpracování

Cena

Cena vstupu je stanovena na 60 Kč. Poté je zde možnost lekce s instruktorem, jejíž cena je stanovena společně se vstupem na 100 Kč. Ceny nápojů a doplňků dostupných na baru se budou vyvíjet tak, aby byly přijatelné především pro zákazníky nicméně v takové výši, aby byly ziskové, a to tedy s provizí minimálně 20%. V této oblasti nejde pouze o zisk, ale především o zkvalitnění doprovodných služeb a zvýšení spokojenosti zákazníků. Ceny nabízených produktů jsou navýšeny o marži společně se spotřebou vody v tab. 4.6. Cena nutričního poradenství činí 500 Kč. Ovšem výše cen není fixní a bude se vyvíjet společně s inflací a ekonomickou situací v České republice.

Tab. 4.6 Ceník

Produkt	Cena
L-Carnitine 500	9 Kč
Carnitine Bar 1000	20 Kč
Flexit Drink	16 Kč
Iso whey zero vanilka	21 Kč
Iso whey zero čokoláda	21 Kč
Gladiator drink 500ml	47 Kč
Regener 450g	60 Kč

Zdroj: Vlastní zpracování

Umístění

Provozovna se nachází na ulici Malostranská 141 v Šenově u Nového Jičína, jedná se nyní o neobývaný prostor s ideální rozlohou pro tuto činnost. Na pozemku se nachází dostatek místa pro parkování 11 automobilů. Bohužel je místo situováno mimo centrum a dalo by se říci, že je umístěno „na vesnici“, nicméně v okolí zhruba 500m je vlaková stanice společně s dvěma autobusovými zastávkami spojující okolní vesnice a města s centrem Nového Jičína. Od fitness centra se ve vzdálenosti 1,3 km nachází základní škola. V rámci programu, který bychom chtěli nabídnout školám a pro zbylé školy i z okolních vesnic je možnost autobusového či vlakového spojení.

4.4. Finanční plán fitness centra

Náš podnikatelský plán bude financován především z vlastního kapitálu společně s kapitálem získaným ze zdrojů 3F z anglických slov friends, family and fools tedy přátelé, rodina a hlupáci. Jelikož se jedná o levný kapitál, který nabízí mnohem větší rozmanitost splácení zapůjčeného kapitálu. Teorie uvádí, že riziko toho kapitálu spočívá především ve ztrátě přátel či důvěry členů, což lze zahrnout do podnikatelského rizika.

Finanční prostředky k zahájení činnosti

Při zakládání projektu je zapotřebí mít připraveny potřebné prostředky a to nejen prostředky týkající se základního kapitálu, ale i výdaje spojené s vyřízením živnostenského oprávnění, výpisu z rejstříku trestů, ověření úředních listin včetně finančních prostředků potřebných na dopravu na tyto úřady. Další oblastí požadující finanční prostředky je předběžné jednání s dodavateli společně s předběžnou kampaní oznamující veřejnosti otevření nového fitness centra.

Tab. 4.7 Rozvaha fitness centra

Aktiva	Kč	Pasiva	Kč
Dlouhodobý hmotný majetek	40.000	Základní kapitál	212.704
Materiál	126.688	Úvěr nebankovní	90.000
Vybavení	69.633		
Zásoby	16.033		
Billboard	19.950		
Peněžní prostředky	30.400		
Aktiva celkem	302.704	Pasiva celkem	302.704

Zdroj: Vlastní zpracování

Za materiál jsou považovány položky spojené s rekonstrukcí zachycené v tab. 4.8 vyjma položky bar, který je evidován jako dlouhodobý hmotný majetek. Do vybavení pak spadají položky nacházející se v tab. 4.9 a do zásob spadají položky z tab. 4.10. Položka billboard zachycuje výdaje spojeny s pořízením a instalací Billboardu v tab. 4.4. Peněžní prostředky pak znázorňují částku, která je ve fitness centru dostupná při otevření namísto pojistné zásoby doplňků.

Výdaje rekonstrukce prostoru

První výdaje týkající se fitness centra jakožto budovy budou výdaje na výrobu dvou oddělených sprchových koutů a dvou oddělených toalet pro muže a ženy. Dalším krokem bude vymalování prostorů omyvatelnou barvou umožňující „umytí“ zdí a také vyšší odolnosti vůči vlhkosti vzhledem k předpokládanému pocení klientů společně s novým zátěžovým krytím podlahy, které je odolnější vůči nárazům a škrábancům a prodlouží tak životnost podlahy. Po vymalování a položení krytí podlahy vlastním úsilím bude na řadě zkonstruování baru společně s policemi a židlemi, který bude konstruován na zakázku s maximální výší nákladů stanovenou do 40.000 Kč. Poté bude zapotřebí nakoupit dřez společně s baterií. Posledním krokem bude vybavení šaten uzamykatelnými skřínkami a lavičkami. Do výdajů rekonstrukce je účelné započítat i ostatní výdaje spojené s rekonstrukcí. Do těchto výdajů bude spadat provolaný čas s dodavateli, manipulace s materiálem, doprava či drobné pomůcky potřebné k rekonstrukci.

Tab. 4.8 Výdaje rekonstrukce

Položka	Množství	Částka v Kč/ks	Dodavatel
Pronájem		5.000	Petr Dvorský
Sprchový kout GIGI	2ks	3.920	www.koupelny-besteco.cz
Vanička GIGI	2ks	1.856	www.koupelny-besteco.cz
Pochromovaná multifunkční ruční sprcha	2ks	290	www.koupelny-besteco.cz
Sprchová tyč s jezdcem	2ks	1.990	www.koupelny-besteco.cz
Zrcadlo s ovládáním světla	2ks	1.490	www.koupelny-besteco.cz
Podélné umyvadlo AVANCER	4ks	1.199	www.koupelny-besteco.cz
Umyvadlová baterie ECCO	4ks	2.230	www.koupelny-besteco.cz
Výpusť pro umyvadlo C30	4ks	588	www.koupelny-besteco.cz
Dřezová baterie ZAMBEZI	1ks	1.560	www.koupelny-besteco.cz
Kombi wc – Euroline	2ks	2.990	www.koupelny-besteco.cz
Doprovodný materiál		8.000	koupelny Ptáček. Nový Jičín
Zátěžový koberec New Orleans 236	80m ²	15.950	www.earmadeo.cz
Barva Interier Forte 15kg	4ks	630	www.levne-barvy.cz
Bar		40.000	www.kostru.cz
Celoplošný dřez 80x60cm	1ks	1.399	www.jena-nabytek.cz

Uzamykatelná šatní skříň třídvéřová, trešeň	6ks	6.032	www.b2bpartner.cz
Šatní lavička, sedák – latě, šedé nohy, 1000 mm	4ks	1.595	www.b2bpartner.cz
Hasicí přístroj	3ks	562	www.b2bpartner.cz
Dřevěná nástěnná lékárnička, buk, DIN 13157	1ks	1.861	www.b2bpartner.cz
Ostatní výdaje		5.000	
Výdaje celkem		166.688	

Zdroj: Vlastní zpracování

Výdaje na vybavení

Součástí každé posilovny je i její vybavení, které v našem případě tvoří karimatky, švihadla, olympijské osy s kotouči, jednoruční činky, kettbells, mikrosystém. Položku ostatní výdaje tvoří komunikace s dodavateli.

Tab. 4.9 Výdaje spojené s vybavením

Předmět	Počet v ks	Cena Kč/ks	Dodavatel
Karimatka 90x50	18	66	obchod.ronnie.cz
Power System švihadlo Cross Rope	18	225	obchod.ronnie.cz
Olympijská osa s kotouči	3	9.999	obchod.ronnie.cz
Jednoruční vinylové činky 0,5kg par	18	99	obchod.ronnie.cz
Jednoruční vinylové činky 3kg par	18	392	obchod.ronnie.cz
Jednoruční vinylová činka 4kg 1ks	18	254	obchod.ronnie.cz
Kettlebells vinyl 4kg	18	337	obchod.ronnie.cz
Kettlebells vinyl 6kg	9	504	obchod.ronnie.cz
Kettlebells vinyl 8kg	6	670	obchod.ronnie.cz
Kettlebells vinyl 16kg	3	1.292	obchod.ronnie.cz
Mikrosystém Panasonic SC-PM250EC-S	1	2.490	www.mall.cz
Ostatní výdaje		200	
Výdaje celkem		69.833	

Zdroj: Vlastní zpracování

Výdaje na zásoby baru

Na základě námi zamýšleného využití baru ve fitness centru především pro zefektivnění výsledku cvičení bude bar vybaven pouze doplňky vztahujícími se k tomuto účelu. L-Carnitine 500 a Carnitine Bar 1000 jsou spalovače tuků. L-Carnitine 500 je ve formě šumivých tablet a Carnitine Bar 1000 je spalovač ve formě tyčinek, aby si klienti mohli zvolit variantu dle svých preferencí. Dále na baru bude dostupný Flexit Drink, což je nápoj podporující výživu kloubů, které jsou při cvičení a v každodenním životě namáhány. Při cvičení je doporučeno užívat Gladiator drink, jež napomáhá zvýšení intenzity cvičení za pomoci kafeinu, taurinu a dalších látek podporující energii. Po intenzivním cvičení je naopak vhodné užít Iso whey zero, což je drink sloužící k výživě svalů a jejich regeneraci. Tato varianta je vhodná především pro muže, kteří se snaží cvičením zvýšit i svalovou hmotu. U žen, které si na zvyšování svalové hmoty nepotrpí a jde jim především o snížení hmotnosti je vhodnější variantou Regener. Ostatní výdaje představují komunikaci s dodavateli.

Tab. 4.10 Zásoba baru

Zboží	Množství	Cena za balení v Kč	Cena celkem v Kč	Dodavatel
L-Carnitine 500	20ks	125	2.500	obchod.ronnie.cz
Carnitine Bar 1000	100ks	18	1.800	obchod.ronnie.cz
Flexit Drink	5ks	249	1.245	obchod.ronnie.cz
Iso whey zero vanilka	1ks	1.809	1.809	obchod.ronnie.cz
Iso whey zero čokoláda	1ks	1.809	1.809	obchod.ronnie.cz
Gladiator drink 500ml	100ks	39	3.900	obchod.ronnie.cz
Regener 450g	10ks	297	2.970	obchod.ronnie.cz
Ostatní výdaje			200	
Výdaje celkem			16.233	

Zdroj: Vlastní zpracování

4.5. Finanční plán budoucích období

Obsahem finančního plánu budoucích období jsou odhady příjmu a výdajů na základě tří scénářů a pravděpodobnosti jejich uskutečnění. První scénář je založen na pesimistickém odhadu. To znamená, že výsledné hodnoty tedy budou nižší než očekávané. Druhý scénář je očekávaný, jeho hodnoty budou korespondovat s průměrnou návštěvností ostatních fitness

center o stejné kapacitě. Třetí a poslední scénář je založen na optimistickém odhadu, což znamená, že výsledné hodnoty budou vyšší než očekávané.

Pravděpodobnost uskutečnění scénářů

Každý ze scénářů má určitou pravděpodobnost uskutečnění. Tedy toho, že se hodnoty přiblíží těm ve scénáři. Tuto pravděpodobnost budeme značit jako P_1, P_2, P_3 . P_1 bude značit pravděpodobnost uskutečnění pesimistického scénáře, P_2 bude značit pravděpodobnost uskutečnění očekávaného scénáře a P_3 bude značit pravděpodobnost uskutečnění optimistického scénáře. V čitateli vzorců jsou uvedeny počty měsíců, ve kterých je největší pravděpodobnost, že se hodnoty budou blížit těm ve scénáři. Ve jmenovateli pak bude uveden počet měsíců celkem. Viz rovnice 2.1.

$$P_1 = \frac{3}{12} = 0,25$$

$$P_2 = \frac{6}{12} = 0,50$$

$$P_3 = \frac{3}{12} = 0,25$$

Z výsledků jednotlivých vzorce lze předpokládat 25% uskutečnění pesimistického scénáře P_1 . U očekávaného scénáře P_2 je šance uskutečnění 50% tedy 6 z 12 měsíců bude pravděpodobně vykazovat hodnoty stanovené v tomto scénáři. Šance uskutečnění optimistického scénáře P_3 činí 25%.

Odhad příjmů

Výpočet příjmů vychází z předpokladu průměrné denní návštěvnosti, z níž 10% klientů bude mít zájem cvičit s trenérem a měsíčně bude v průměru poskytnuto 5 výživových poradenství. Dále dle odhadů stanovených na základě zkušeností z okolních fitness center lze očekávat prodej každého z doplňků ve výši 7,5% z celkového počtu klientů.

Pesimistický odhad návštěvnosti při nezměněném prodeji výživového poradenství a výživových doplňků vychází z předpokládané návštěvnosti 14 klientů denně Příloha č. 2.

Očekávaný odhad vychází z předpokladu, že průměrná návštěvnost činí 28 klientů denně Příloha č. 3.

Optimistický odhad vychází z průměrné návštěvnosti 40 klientů denně a prodeje 10 výživových poradenství za měsíc Příloha č. 4.

Tab. 4.11 Příjmy celkem za rok 2016 v Kč

	Pesimistický odhad	Očekávaný odhad	Optimistický odhad
Σ Příjmů	314.822	599.645	873.778
Pi	0,25	0,5	0,25
Σ Příjmů•Pi	78.706	299.823	218.445
Celkem	596.974		

Zdroj: Vlastní zpracování

Odhad výdajů

Odhad výdajů je odvozen z hodnot stanovených v jednotlivých scénářích a pravděpodobností jejich uskutečnění. Výše zálohy na plyn je stanovena na základě spotřeby vody zákazníky a rozměrech vytápěného prostoru. Výdaje jsou uvedeny v tabulkách zachycujících výdaje jednotlivých scénářů v Přílohách č. 2, č. 3, č. 4.

Tab. 4.12 Výdaje celkem za rok 2016 v Kč

	Pesimistický odhad	Očekávaný odhad	Optimistický odhad
Σ Výdajů	313.813	377.153	417.678
Pi	0,25	0,5	0,25
Σ Výdajů•Pi	78.454	188.577	104.420
Celkem	371.451		

Zdroj: Vlastní zpracování

Výše daně a odvodů na zdravotní a sociální pojištění

Výpočet daňové povinnosti je proveden na základě hodnot odhadnutých příjmů a výdajů pro rok 2016. Rozdíl těchto hodnot zaokrouhlíme na celé sta koruny dolů. Poté z něj vypočítáme daň, ve výši 15% ze zaokrouhleného základu daně a zaokrouhlíme na celé sta koruny dolů. Poté uplatníme slevu na poplatníka, která pro rok 2016 činí 24.840 Kč.

Výši sociálního pojištění vypočítáme jako 29,2% z poloviny základu daně, minimální výše měsíční zálohy činí 1.972 Kč. Výše zdravotního pojištění činí 13,5% z poloviny základu daně ovšem minimální měsíční záloha činí 1.823 Kč.

Tab. 4.13 Výpočet daně z příjmu fyzických osob, záloh sociálního a zdravotního pojištění v Kč

Příjmy celkem	596.974
Výdaje celkem	371.451
Základ daně zaokrouhlený na celé sto korun dolů	225.500
Daň před slevou	33.800
Sleva na poplatníka	24.840
Výše daně z příjmu fyzických osob po uplatnění slev	8.960
Měsíční záloha na sociální pojištění	2.744
Měsíční záloha na zdravotní pojištění	1.823

Zdroj: Vlastní zpracování

Osobní výdaje a výdaje na sociální a zdravotní pojištění

Před výpočtem čistého zisku je zapotřebí vyčíslit i ostatní daňově neuznatelné výdaje. Které jsou však součástí podniku, osobní výdaje podnikatele společně s platbami záloh na sociální a zdravotní pojištění.

Tab. 4.14 Ostatní daňově neuznatelné výdaje v Kč

Měsíc	Osobní výdaje podnikatele	Záloha na sociální pojištění	Záloha na zdravotní pojištění
Leden	16.000	2.744	1.823
Únor	15.000	2.744	1.823
Březen	15.000	2.744	1.823
Duben	10.000	2.744	1.823
Květen	10.000	2.744	1.823
Červen	10.000	2.744	1.823
Červenec	10.000	2.744	1.823
Srpen	10.000	2.744	1.823
Září	10.000	2.744	1.823
Říjen	15.000	2.744	1.823
Listopad	15.000	2.744	1.823
Prosinec	20.000	2.744	1.823

Zdroj: Vlastní zpracování

Čistý příjem fitness centra

V tab. 4.15 jsou zachyceny příjmy snížené o daň z příjmu fyzických osob společně s odpočtem všech záloh na sociální a zdravotní pojištění. Po odečtení těchto výdajů dostaneme čistý příjem, který byl vygenerován ve fitness centru během sledovaného období ovšem bez mzdových výdajů. „Mzdový“ výdaj je zde znázorněn jako osobní výdaj podnikatele.

Tab. 4.15 Výpočet čistého příjmu v Kč

Základ daně	225.523
Daň z příjmu fyzických osob po slevách	8.960
Záloha na sociální pojištění	32.976
Záloha na zdravotní pojištění	21.876
Čistý příjem podniku před odečtením osobních výdajů podnikatele	161.711
Osobní výdaje podnikatele	156.000
Čistý příjem zůstávající ve fitness centru	5.711

Zdroj: Vlastní zpracování

4.6. Finanční analýza fitness centra

Obsahem této části jsou ukazatelé likvidity podnikového majetku, zadluženosti podniku a rentability aktiv podniku. Hodnoty ukazatelů jsou uvedeny v tab. 4.16.

Tab. 4.16 Finanční analýza podniku

Ukazatel	Hodnota ukazatele	Rovnice
Rentabilita aktiv	74,5%	(2.2)
Celková likvidita	0,5	(2.3)
Pohotová likvidita	0,34	(2.4)
Okamžitá likvidita	0,34	(2.5)
Celková zadluženost	0,297	(2.6)
Dlouhodobá zadluženost	0	(2.7)
Běžná zadluženost	0,297	(2.8)
Zadluženost vlastního kapitálu	0,423	(2.9)

Zdroj: Vlastní zpracování

Pro výpočet rentability aktiv je obvykle použit výsledek hospodaření před zdaněním tzv. EBIT v našem případě namísto hospodářského výsledku lze použít základ daně jako čítecitel a do jmenovatele dosadit veškerá aktiva podniku bez ohledu na zdroj jejich financování.

Doporučena hodnota ukazatele celkové likvidity je v rozmezí 1,5 až 2,5. Hodnota vypočteného ukazatele je však 0,5 a to pravděpodobně z důvodu fáze, ve které se fitness centrum nachází a také jeho zaměření především na poskytování služeb. Tyto důvody objasňují nízkou hodnotu čítecitele a výši jmenovatele. Faktem také zůstává, že pro fitness centrum byl zvolen agresivní přístup financování.

Hodnota ukazatele pohotové likvidity je doporučena v rozmezí od 1 do 1,5. Hodnota podniku je nižší a to opět především díky zvolenému odvětví, fázi, ve které se fitness centrum nachází a agresivnímu způsobu financování.

Ukazatel okamžité likvidity vykazuje stejnou hodnotu jako ukazatel pohotové likvidity a to z důvodu, že podnik nemá žádné pohledávky ani cenné papíry.

Z ukazatele celkové zadluženosti vyplývá, že podíl cizího kapitálu na celkové hodnotě aktiv činí 29,7%.

Podíl dlouhodobého cizího kapitálu na aktivech podniku činí 0%, jelikož veškerý cizí kapitál v podniku má krátkodobý charakter.

Ukazatel běžné zadluženosti je totožný s ukazatelem celkové zadluženosti z důvodu financování pouze kapitálem, jenž má krátkodobý charakter.

U stabilního podniku je akceptovatelná míra zadluženosti v rozmezí od 80% do 120%. Náš nový a tudíž i nestabilní podnik vykazuje zadluženost vlastního kapitálu ve výši 42,3%, což je dle našeho názoru s přihlédnutím na fázi podniku a odvětví ve kterém se podnik nachází společně s naším postojem k riziku přijatelná hodnota.

4.7. SWOT analýza

Obsahem části s názvem SWOT analýza je pohled na rizika projektu a jejich snížení. Hlavní součástí je však samotná SWOT analýza fitness centra, výsledek analýzy a výběr nejvhodnější strategie dle doporučení.

Tab. 4.17 SWOT analýza fitness centra

Silné stránky			Slabé stránky		
Dobrá nájemní smlouva	5	0,30	Umístění podniku	-4	0,35
Nízká kapitálová náročnost	4	0,20	Potřeba cizího kapitálu	-3	0,20
Nízká zadluženost podniku	3	0,30	Nízká likvidita podniku	-4	0,10
Znalost trhu a trendu	4	0,15	Náhle změny trhu a trendu	-5	0,15
Flexibilní majitel	5	0,05	Žádná zástupná osoba	-4	0,20
Součet silných stránek	4,05		Součet slabých stránek	-3,95	
Příležitosti			Hrozby		
Rychle rostoucí trh	3	0,30	Příliv konkurence s rozvojem trhu	-4	0,40
Nízká legislativní náročnost	5	0,20	Lehký přístup konkurence na trh	-5	0,20
Růst HDP a životní úrovně	4	0,25	Ekonomické výkyvy	-3	0,15
Nízká daň z příjmů	3	0,25	Zvýšení odvodů	-3	0,25
Součet příležitostí	3,65		Součet hrozeb	-3,8	

Zdroj: Vlastní zpracování

Při tvorbě analýzy bylo postupováno dle kapitoly 2.6 viz Tvorba SWOT analýzy. Každému z faktorů zachycených v tab. 4.17 byla subjektivně přiřazena hodnota a váha dle vlivu na podnik.

Rizika projektu

Vzhledem k podnikatelskému riziku každého projektu se snažíme riziko minimalizovat formou co nejnižších počátečních výdajů. Za účelem snížení rizika konkurence budeme u služeb usilovat o co největší diferenciaci, která se u těchto služeb nabízí, již zmíněnou specializací na metodu Tabata. Další riziko může být v podobě úrazu či poničení zařízení což by způsobilo dodatečné výdaje. Proto by náčiní ve fitness centru mělo na svých hranách gumovou ochranu, která napomůže zajistit větší bezpečí zákazníků společně s prodloužením životnosti podlahy a náčiní.

Silné stránky

Za silné stránky projektu lze považovat dobrou nájemní smlouvu, jež má vliv na výdaje fitness centra. Pozitivní stránkou projektu je i nízká kapitálová náročnost, na kterou má vliv forma služeb, které jsou poskytovány. Další výhodou je vedení projektu, které má znalosti

o trhu a trendech na tomto trhu. Za další klad lze považovat fakt, že trvalé místo bydliště majitele je shodné se sídlem podniku, což umožňuje majiteli flexibilní přístup do podniku.

Slabé stránky

Mezi slabé stránky projektu lze zařadit umístění provozovny mimo město a potřebu cizího kapitálu na pokrytí počátečních výdajů. Cizí kapitál pokrývající počáteční výdaje projektu má krátkodobý charakter, což vyvolává také tlak na likviditu. Za slabou stránku lze považovat i nemožnost pružné reakce fitness centra na vývoj trhu a trendů na tomto trhu. Další slabou stránkou je fakt, že jedinou zaměstnanou osobou v podniku je sám majitel.

Příležitosti

S přihlédnutím k vývoji sportovního trhu za poslední roky, lze počítat se stálým růstem tohoto trhu a i počtu zákazníků, kteří se na tomto trhu nacházejí. Další příležitost, která se v našem prostředí nalézá, je poměrně nízká legislativní náročnost na založení fitness centra. Růst HDP a životní úrovně v České republice má také vliv na sportovní aktivitu obyvatel a jejich výdajů v této oblasti. Další příležitostí podniku je nízká výše daně z příjmu fyzických osob vzhledem k evropské unii.

Hrozby

Hrozbou projektu je především příliv konkurence na sportovní trh. K tomu napomáhá lehký přístup na tento trh. Další hrozbou našeho projektu jsou možné ekonomické výkyvy zapříčiněny rostoucím terorismem v Evropské unii a přílivu imigrantů, popřípadě ekonomickým cyklem země. Hrozbou je i další zvyšování odvodů na sociální a zdravotní pojištění.

Vyhodnocení

Dle výsledku z tab. 4.17 SWOT analýzy fitness centra převládají silné stránky nad slabými a v okolí podniku převládají hrozby nad příležitostmi.

5. Závěr

Podnikání je spojeno s plánováním, analyzováním a vyhodnocováním situací, které mohou nastat. Všechny tyto činnosti jsou obsahem právě podnikatelského plánu, který je „mapou“ vývoje podniku. Podnikatelský plán je možno využít i ke snížení podnikatelského rizika.

Cílem této bakalářské práce bylo vyhotovení podnikatelského plánu na založení fitness centra.

V teoretické části práce byly shromážděny informace o zákonech, předpisech, normách a státních nařízeních. Současně byly shromážděny i teoretické znalosti a doporučení z odborné literatury, elektronických zdrojů společně s poznatky získanými během studia a životních zkušeností.

V praktické části byl představen podnik, jeho zaměření, umístění a výše základního kapitálu. Produkt, který fitness centrum nabízí a jeho formy. Další část je věnována analýze tržního prostředí společně se sestavením finančních plánů při různých scénářích. Také bylo využito finančních analýz a SWOT analýzy k zhodnocení silných a slabých stránek fitness centra a stanovení hrozeb a příležitostí z okolí podniku.

Vzhledem k přesahu silných stránek našeho projektu a hrozbám z okolí se doporučuje defenzivní strategie, která spočívá v upevnění místa na trhu. Lze tedy odvodit, že bude zapotřebí získání loajality klientů společně se snahou o snížení možnosti konkurence například zvýšením kvality vybavení fitness centra, sortimentu a služeb.

Výsledky také skýtají možnost pro rozvoj fitness centra a zvyšování jeho prosperity. Po prvním roce bude umožněna bezúročná půjčka. To znamená, že se sníží měsíční výdaje v podniku o 7.500 Kč, které mohou umožnit odstranění slabé stránky v podobě jediné zainteresované osoby v podniku a to příjmem zaměstnance na částečný úvazek.

Seznam použité literatury

a) Knihy

DLUHOŠOVÁ, Dana et al. *Finanční řízení a rozhodování podniku*. 3. uprav. vyd. Ekopress, s.r.o., 2010. 225 s. ISBN 978-80-86929-68-2.

FOTR, Jiří et al. *Podnikatelský záměr a investiční rozhodování*. 1. vydání Praha: Grada, 2005. 356 s. ISBN 80-247-0939-2.

FOTR, Jiří et al. *Tvorba strategie a strategického plánování: Teorie a praxe*. 1. vyd. Praha: Grada, 2012. 384 s. ISBN 978-80-247-3985-4.

KISLINGEROVÁ, Eva et al. *Manažerské finance*. 3. přeprac. A dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2010. 864 s. ISBN 978-80-7400-194-9.

KORÁB, Vojtěch et al. *Podnikatelský plán*. 1. vydání Brno: Computer Press, a.s., 2008. 216 s. ISBN 978-80-251-1605-0.

KOVÁCS, Jan. *Manažerské dovednosti*. Ostrava, 2015. 211 s. ISBN 978-80-248-3700-0.

MAGRETTA, Joan. *Understanding MICHAL PORTER: The Essential guide to Competition and Strategy*. Harvard business review press 2011. 256 s. ISBN 978-1-4221-6059-6.

SEDLÁČKOVÁ Helena a Karel BUCHTA. *Strategická analýza*. 2. přeprac. a dopl. vyd. PRAHA: C. H. Beck, 2006. 121 s. ISBN: 80-7179-367-1.

SMEJKAL, Vladimír a Karel RAIS. *Řízení rizik ve firmách a jiných organizacích*. 4. aktual. a rozšíř. vyd. Praha: Grada, 2013. 488 s. ISBN 978-80-247-4644-9.

SRPOVÁ, Jitka et al. *Podnikatelský plán a strategie*. Praha: Grada, a.s., 2011. 200 s. ISBN 978-80-247-4103-1.

SRPOVÁ, Jitka et al. *Základy podnikání: teoretické poznatky, příklady a zkušenosti českých podnikatelů*. 1.vyd. Praha: Grada, 2010. 427 s. ISBN 978-80-247-3339-5.

SYNEK, Miloslav a Eva KISLINGEROVÁ. *Podniková ekonomika*. 6. přeprac. a dopl. vyd. Praha: C. H. Beck, 2015. 560 s. ISBN 978-80-7400-274-8.

VEBER, Jaromír a Jitka SRPOVÁ. *Podnikání malé a střední firmy*. 3. aktual. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2012. 336 s. ISBN 978-80-247-4520-6.

b) elektronické zdroje

CZECHINVEST © 1994–2016. *Podnikatelský plán: aneb kudy vede cesta k úspěchu* [online]. Praha, 2005. Dostupné z: <http://www.czechinvest.org/data/files/podnikatelsky-plan-48-cz-48.pdf>

ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. *Vlastní výběr VDB počet obyvatel a průměrný věk 2015* [online]. Vygenerováno 10.2.2016

Dostupné z: <https://vdb.czso.cz/vdbvo2/faces/cs/index.jsf?page=uziv-dotaz>

INVESTUJEME.CZ © 2006–2016. *Růst HDP v 2015 přes 4% v roce 2016 se očekává zpomalení tempa růstu kvůli snížení přílivu investic z fondu EU* [online]. ISSN 1802-5900.

Dostupné z: <http://www.investujeme.cz/ey-rust-hdp-v-roce-2015-pres-4-v-roce-2016-se-ocekava-zpomaleni-tempa-rustu-kvuli-snizeni-prilivu-investic-z-fondu-eu>

Zákon č. 89 ze dne 3. února 2012 občanský zákoník. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 2012, částka 33. Dostupný také z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obcansky-zakonik> ISSN 1213-7235.

Zákon č. 455 ze dne 2. října 1991 zákon o živnostenském podnikání (živnostenský zákon). In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1991, částka 87. Dostupný také z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost> ISSN 1213-7235.

Zákon č. 563 ze dne 12. prosince 1991 zákon o účetnictví. In: *Sbírka zákonů České republiky*. 1991, částka 107. Dostupný také z: <http://business.center.cz/business/pravo/zakony/ucto> ISSN 1213-7235.

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byl seznámen s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 27. 4. 2016


.....
Jakub Dvorský

Seznam příloh

Příloha č. 1 - Harmonogram realizace projektu

Příloha č. 2 – Pesimistický scénář 2016

Příloha č. 3 – Očekávaný scénář 2016

Příloha č. 4 – Optimistický scénář 2016

Příloha č. 1 - Harmonogram realizace projektu

Harmonogram realizace projektu obsahuje popis cílů, kterých plánujeme dosáhnout v plánovaném období 6 let.

Tab. 1 Harmonogram realizace fitness centra

Srpen 2015	Zápis do trenérského kurzu Tabaty
	Zápis do kurzu první pomoci
	Zápis do kurzu výživového poradce
Září 2015	Absolvování trenérského kurzu Tabaty
	Získání peněz ze zdrojů 3F
Říjen 2015	Pronájem prostorů a získání povolení k rekonstrukci
	Absolvování kurzu první pomoci
	Nakoupení vybavení a materiálu pro rekonstrukci
Listopad 2015	Zahájení rekonstrukce
Prosinec 2015	Dokončení rekonstrukce
	Kolaudace prostorů Fitness centra
	Absolvování trenérského kurzu výživového poradce
	Nafocení vybavení
	Vytvoření vlastních webových stránek
	Marketingové aktivity
	Nakoupení doplňků stravy
2016	Oficiální otevření fitness centra
	Údržba zařízení
	Drobné opravy a dodělávky zjištěných nedostatků
	Neustálá marketingová činnost především virální formou
2017	Analýza výsledku hospodaření z předchozího období a jeho porovnání s plánovanými hodnotami
	Příjem nového zaměstnance na částečný pracovní úvazek
	Pozvání mediálních osobností fitness scény pro zviditelnění a zisk nových zákazníků
	Pořádání akcí pro školy a školky

2018	Analýza výsledku hospodaření z předchozího období a jeho porovnání s plánovanými hodnotami
	Prohlubování goodwill se zákazníky pomocí, věrnostních odměn a slev
	Modernizace webových stránek rozšíření nabídky služeb
2019	Analýza výsledku hospodaření z předchozího období a jeho porovnání s plánovanými hodnotami
	Získání dotací od státu na zvýšení šetrnosti podniku pro životní prostředí. Možnou modernizací elektrických zařízení propojením se solárními panely či modernizací a úpravou vytápěcího systému, ohřevu vody a podobně.
2020	Analýza výsledku hospodaření z předchozího období a jeho porovnání s plánovanými hodnotami
	Nabídka spolupráce trenérům Tabaty a Crossfitu
	Částečná rekonstrukce prostorů, přemalování, zmodernizování zastaralého zařízení vše bez přerušení provozu fitness centra.
2021	Analýza výsledku hospodaření z předchozího období a jeho porovnání s plánovanými hodnotami
	Založení obchodní společnosti s ručením omezeným

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 2 Pesimistický scénář 2016

Tab. 1 Pesimistický scénář příjmy 2016

Měsíc	Vstupné	Lekce s instruktorem	Výživové poradenství	Prodej doplňků	Celkem
Leden	16.632	3.080	2.500	4.481	26.693
Únor	15.120	2.800	2.500	4.074	24.494
Březen	17.388	3.220	2.500	4.685	27.793
Duben	15.120	2.800	2.500	4.074	24.493
Květen	17.388	3.220	2.500	4.685	27.793
Červen	16.632	3.080	2.500	4.481	26.693
Červenec	15.120	2.800	2.500	4.074	24.494
Srpen	17.388	3.220	2.500	4.685	27.793
Září	15.876	2.940	2.500	4.278	25.594
Říjen	16.632	3.080	2.500	4.481	26.693
Listopad	16.632	3.080	2.500	4.481	26.693
Prosinec	15.876	2.940	2.500	4.278	25.594
Příjmy celkem					314.822

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 2 Pesimistický scénář výdaje 2016

Měsíc	Energie	Voda	Telefon	Internet	Splátka úvěru	Nájem	Nákup zboží	Celkem
Leden	8.254	1.217	350	500	7.500	5.000	0	22.821
Únor	8.254	1.106	350	500	7.500	5.000	0	22.710
Březen	8.254	1.272	350	500	7.500	5.000	2.970	25.846
Duben	8.254	1.106	350	500	7.500	5.000	0	22.710
Květen	8.254	1.272	350	500	7.500	5.000	13.533	36.409
Červen	8.254	1.217	350	500	7.500	5.000	3.618	26.439
Červenec	8.254	1.106	350	500	7.500	5.000	0	22.710
Srpen	8.254	1.272	350	500	7.500	5.000	6.588	29.464
Září	8.254	1.161	350	500	7.500	5.000	6.945	29.710
Říjen	8.254	1.217	350	500	7.500	5.000	0	22.821
Listopad	8.254	1.217	350	500	7.500	5.000	2.970	25.791
Prosinec	8.254	1.161	350	500	7.500	5.000	3.618	26.383
Celkem								313.813

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 3 Očekávaný scénář 2016

Tab. 1 Očekávané příjmy 2016

Měsíc	Vstupné	Lekce s instruktorem	Výživové poradenství	Prodej doplňků	Celkem
Leden	33.264	6.160	2.500	8.963	50.887
Únor	30.240	5.600	2.500	8.148	46.488
Březen	34.776	6.440	2.500	9.370	53.086
Duben	30.240	5.600	2.500	8.148	46.488
Květen	34.776	6.440	2.500	9.370	53.086
Červen	33.264	6.160	2.500	8.963	50.887
Červenec	30.240	5.600	2.500	8.148	46.488
Srpen	34.776	6.440	2.500	9.370	53.086
Září	31.752	5.880	2.500	8.555	48.687
Říjen	33.264	6.160	2.500	8.963	50.887
Listopad	33.264	6.160	2.500	8.963	50.887
Prosinec	31.752	5.880	2.500	8.555	48.687
Příjmy celkem					599.645

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 2 Očekávané výdaje 2016

Měsíc	Energie	Voda	Telefon	Internet	Splátka úvěru	Nájem	Nákup zboží	Celkem
Leden	8.254	2.433	350	500	7.500	5.000	0	24.037
Únor	8.254	2.212	350	500	7.500	5.000	13.533	37.349
Březen	8.254	2.544	350	500	7.500	5.000	2.970	27.118
Duben	8.254	2.212	350	500	7.500	5.000	13.533	37.349
Květen	8.254	2.544	350	500	7.500	5.000	2.970	27.118
Červen	8.254	2.433	350	500	7.500	5.000	13.533	37.570
Červenec	8.254	2.212	350	500	7.500	5.000	2.970	26.786
Srpen	8.254	2.544	350	500	7.500	5.000	13.533	37.681
Září	8.254	2.323	350	500	7.500	5.000	2.970	26.897
Říjen	8.254	2.433	350	500	7.500	5.000	16.033	40.070
Listopad	8.254	2.433	350	500	7.500	5.000	7.215	31.252
Prosinec	8.254	2.323	350	500	7.500	5.000	0	23.927
Celkem								377.153

Zdroj: Vlastní zpracování

Příloha č. 4 Optimistický scénář 2016

Tab. 1 Optimistický scénář příjmy 2016

Měsíc	Vstupné	Lekce s instruktorem	Výživové poradenství	Prodej doplňků	Celkem
Leden	47.520	8.800	5.000	12.804	74.124
Únor	43.200	8.000	5.000	11.640	67.840
Březen	49.680	9.200	5.000	13.386	77.266
Duben	43.200	8.000	5.000	11.640	67.840
Květen	49.680	9.200	5.000	13.386	77.266
Červen	47.520	8.800	5.000	12.804	74.124
Červenec	43.200	8.000	5.000	11.640	67.840
Srpen	49.680	9.200	5.000	13.386	77.266
Září	45.360	8.400	5.000	12.222	70.982
Říjen	47.520	8.800	5.000	12.804	74.124
Listopad	47.520	8.800	5.000	12.804	74.124
Prosinec	45.360	8.400	5.000	12.222	70.982
Příjmy celkem					873.778

Zdroj: Vlastní zpracování

Tab. 2 Optimistický scénář výdaje 2016

Měsíc	Energie	Voda	Telefon	Internet	Splátka úvěru	Nájem	Nákup zboží	Celkem
Leden	8.254	3.476	350	500	7.500	5.000	2.970	28.050
Únor	8.254	3.160	350	500	7.500	5.000	13.533	38.297
Březen	8.254	3.634	350	500	7.500	5.000	13.533	38.771
Duben	8.254	3.160	350	500	7.500	5.000	13.533	38.279
Květen	8.254	3.634	350	500	7.500	5.000	7.749	32.987
Červen	8.254	3.476	350	500	7.500	5.000	3.618	28.698
Červenec	8.254	3.160	350	500	7.500	5.000	16.033	40.797
Srpen	8.254	3.634	350	500	7.500	5.000	9.915	35.153
Září	8.254	3.318	350	500	7.500	5.000	6.588	31.510
Říjen	8.254	3.476	350	500	7.500	5.000	13.533	38.613
Listopad	8.254	3.476	350	500	7.500	5.000	13.533	38.613
Prosinec	8.254	3.318	350	500	7.500	5.000	2.970	27.892
Celkem								417.678

Zdroj: Vlastní zpracování